

Kinder und Fernsehen

Das Fernsehen spielt im Alltag von Kindern nach wie vor eine wichtige Rolle. Wie Erwachsene auch, schauen Mädchen und Jungen fern, um sich zu unterhalten und um Langeweile zu vertreiben, um Neues zu erfahren und das eigene Wissen zu erweitern.

Ob die Kinder vom Fernsehkonsum profitieren oder ob das Fernsehen zum Problem wird, hängt von vielen Faktoren ab: Es kommt darauf an, wie viel und was geschaut wird und wie der Fernsehkonsum in das Familienleben eingebettet ist. Mädchen und Jungen brauchen zuallererst altersgerechte Angebote mit positiven Identifikationsfiguren, anregenden Geschichten und verständlichen Informationen, die ihren Geschmack treffen und der Verstehensfähigkeit der jeweiligen Altersgruppe angemessen sind. Zum anderen sollten Kinder von klein auf die Fähigkeit entwickeln, kritisch, souverän und selbstbestimmt mit dem Fernsehen und seinen Inhalten umzugehen.

Dies gelingt am besten mit unterstützender Begleitung der Kinder durch das soziale Umfeld, durch Eltern und andere Bezugspersonen. Auf den folgenden Seiten haben wir 10 Tipps zusammengetragen, die Ihnen dabei helfen sollen.

Hilfreiche Internetangebote zum Thema:

- www.dlm.de
- www.bundespruefstelle.de
- www.flimmo.tv
- www.kjm.de
- www.fsf.de
- www.topvideonews.de





Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm: Was bedeutet Fernsehen in und mit der Familie?

Studien bestätigen immer wieder die Vorbildfunktion von Eltern: Wie viel, welche Inhalte und zu welchem Zweck sie fernsehen, bestimmt auch den Fernsehgang der Kinder. Die Vorlieben und Bedürfnisse von Kindern unterschiedlichen Alters zu vereinbaren, ist schwer. Einerseits sollen die Jüngeren nicht überfordert werden, andererseits pochen die Älteren auf „ihre“ Lieblingssendungen. Mit Geduld, Anregungen und guten Argumenten lassen sich dennoch Wege finden, die zur eigenen Familie passen. Von einem eigenen Gerät im Kinderzimmer ist eher abzuraten: Dadurch haben Eltern weniger Kontrolle – und gemeinsames Fernsehen findet kaum mehr statt.



Fernsehen will gelernt sein – ab wann können Kinder fernsehen?

Kindern unter drei Jahren sind vor allem damit beschäftigt, ihre reale Umwelt zu entdecken und begreifen – das Fernsehen und andere multimediale Reizquellen sind dabei eher störend. Ab etwa drei Jahren können Kinder in kleinen Schritten an das Fernsehen herangeführt werden, sofern sie Interesse zeigen. Dabei brauchen sie die Hilfe von Eltern oder anderen erwachsenen Bezugspersonen, die erklärend zur Seite stehen und auch mal trösten, wenn es zu aufregend wird. Wichtig ist ein altersgemäßes Programm, das den Bedürfnissen und Fähigkeiten der Fernsehanfänger entspricht: kurze und einfach erzählte Geschichten, ein gutes Ende und alltagsnahe Themen.



Die Zeit im Blick behalten – wie viel Fernsehen darf's denn sein?

Wenn Kinder zu viel Zeit mit Fernsehen, Computer und Co. verbringen, sollten Eltern Grenzen ziehen. Statt den Fernsehkonsum mit starrer Zeitbegrenzung pro Tag zu regulieren, kann man mit den Kindern „Zeitgutscheine“ vereinbaren: Ein wöchentliches, altersangemessenes „Medienbudget“ können sich die Kinder in gewissen Grenzen frei einteilen. So darf ein toller Film in voller Länge gesehen werden oder eine Spielesession auch mal länger dauern. In bestimmten Situationen sollten Ausnahmen möglich sein. Wichtig ist, dass das Fernsehen und andere Medien nicht zum Mittelpunkt des Alltagslebens werden, sondern in Maßen genossen werden.



Gewusst wie?! – Was können Kinder mit dem Fernsehen lernen?

Kinder sind neugierig und haben unzählige Fragen. Auch das Kinderfernsehen ist dafür eine Anlaufstelle: Wissensmagazine, Dokumentationen, aber auch Sendungen mit Basteltipps liefern interessante Einblicke und Anregungen. Ältere Kinder interessieren sich auch für Angebote aus dem Erwachsenenprogramm, die allerdings mitunter sehr effektiv und reißerisch in Szene gesetzt werden. Nachrichten sind für Kinder kaum zumutbar, denn Berichterstattungen über Kriege und Katastrophen können sie überfordern und ängstigen. Kindernachrichtensendungen wie *logo!*, *minitz* oder *neuneinhalb* sind geeignete Alternativen, ebenso wie Angebote der Kinderradios und einschlägige, für Kinder gemachte Internetseiten.

5

Auf der Suche nach Orientierung – was hat das Fernsehen für Kinder im Angebot?

Kinder nutzen das Fernsehen aus vielerlei Gründen. Neben alltäglichem Zeitvertreib auf der Suche nach Unterhaltung, Anregung und Spannung, sind Informations- und Orientierungssuche zentrale Motive. Das Fernsehen kann Einblicke in unbekannte Welten bieten aber auch Anregungen für die Ausformung von Welt- und Menschenbildern. Je nach Alter und Geschlecht werden unterschiedliche Themen relevant. Während es bei jüngeren Kindern vor allem um Selbstbehauptung und Selbstständigwerden geht, rücken bei älteren Kindern eher Fragen zur eigenen Identität und zu Lebensperspektiven in den Mittelpunkt. Themen wie Freundschaft und Familie ziehen sich durch die gesamte Kindheit.

6

Kinder sehen anders – wie werden Fernsehinhalte verarbeitet?

Kinder verarbeiten Fernsehinhalte anders als Erwachsene. Sie achten auf andere Dinge, können sich weniger distanzieren und sind emotional mittendrin. Deshalb ist es so wichtig, Sendungen auszusuchen, die in Darstellung und Aufbereitung dem Alter (und den Interessen) der Kinder entsprechen. Bei jüngeren Kindern sollten Bezugspersonen mitschauen oder – wenn die Kinder älter und selbstständiger werden – in Reichweite sein, um bei Bedarf mit Trost, Rat oder Tat zur Seite zu stehen. Auch aktive und spielerische Formen sind hilfreich: Vor allem jüngere Kinder verarbeiten beim Malen oder Basteln und im (Nach-)Spielen die Eindrücke des Fernsehens.

7

Vom Topmodel zum Superhelden – was fasziniert Mädchen und Jungen im Fernsehen?

Mädchen und Jungen sind verschieden, auch was ihre Fernsehvorlieben und Lieblingshelden angeht. Während sich jüngere Mädchen eher Alltagsgeschichten mit Tierfiguren zuwenden, entdecken Jungen schon recht früh kämpferische Helden für sich. Diese Vorliebe für Action ist zunächst kein Grund zur Beunruhigung. Werden jedoch überwiegend Serien und Filme konsumiert, in denen Gewalt legitimiert wird, besteht das Risiko, dass diese Botschaft von den Actionfans ernst genommen wird. Bei älteren Mädchen rücken weibliche Teenystars wie *Hannah Montana* oder Beziehungsaspekte in Soaps, Daily-Dokus oder Castingshows in den Vordergrund. Angesichts der vermittelten sozialen Umgangsformen sowie der Ideale von Schönheit und Weiblichkeit sind auch diese Sendungen durchaus diskussionswürdig.

8

Jugendschutz im TV – was sollten Eltern beachten?

Auch im Fernsehen greifen die Regelungen des Jugendmedienschutzes. So soll von den Fernsehsendern bei Sendungen, die für Kinder unter zwölf Jahren nicht geeignet sind,

bei der Wahl der Sendezeit „dem Wohl jüngerer Kinder Rechnung getragen“ werden. Filme, die ab 16 freigegeben sind, dürfen erst ab 22 Uhr gesendet werden und Filme ab 18 erst nach 23 Uhr. Werden diese Filme bereits um 20.15 Uhr gesendet, müssen sie durch Schnitte „entschärft“ werden, sodass sie der Freigabe ab 12 Jahren entsprechen. Die Einschätzungen erfolgen durch die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK) sowie die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF). Die Freigaben sind keine pädagogischen Empfehlungen, sondern kennzeichnen, ab welchem Alter davon auszugehen ist, dass die Kinder durch die Sendung oder den Film in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigt werden.

Mehr dazu gibt es unter www.alm.de und unter www.fsf.de, weitere allgemeine Informationen zum Jugendmedienschutz sind unter www.kjm.de und www.bundespruefstelle.de zu finden.



Qualität in Serie – was sind Kriterien für „gutes“ Programm?

Programmangebote für Kinder sollten zunächst dem Alter angemessen sein, also sie weder unter- noch überfordern. Bieten sie außerdem originelle und vielschichtige Identifikationsfiguren für Mädchen und Jungen, ist für anregende Unterhaltung gesorgt. Stehen Wissen und Information auf dem Programm, ist es wichtig, dass die Inhalte anschaulich, unterhaltsam und abwechslungsreich präsentiert werden. Egal welches Genre: Ein noch so pädagogisch wertvolles Angebot wird keine Resonanz finden, wenn es den Vorlieben und Sehgewohnheiten der Mädchen und Jungen nicht entspricht.

Zum Thema Kinder und Fernsehen bietet www.flimmo.tv Orientierung in Form von Einschätzungen aktueller Sendungen, Tipps zur Fernseherziehung usw. Pädagogische Empfehlungen zu Spielfilmen gibt es u.a. unter www.topvideonews.de.



Mehrfachvermarktung von Fernsehfiguren – Kommerz auf allen Kanälen?

Egal ob *SpongeBob*, *Star Wars* oder *Prinzessin Lillifee*, die Vermarktung von Medienhelden als raffinierte Verzahnung von Medien- und Konsummarkt ist nicht mehr aufzuhalten. Dem Fernsehen, immer noch ein wichtiges Medium bis etwa Ende des Grundschulalters, fällt dabei eine zentrale Rolle zu: Die Figuren und Stars aus Serien und Filmen fungieren als Zugpferde für (Medien-)Produkte und Kampagnen. Umso wichtiger ist es, Kindern die Vermarktungsstrategien der Medienindustrie zu erklären. Je eher sich Mädchen und Jungen bewusst sind, was hinter der Mehrfachvermarktung steckt, desto eher lernen sie, kritisch damit umzugehen.

Text: Dr. Ulrike Wagner,
JFF - Institut für Medienpädagogik in Forschung und Praxis

Alle Themen des Infosets Medienkompetenz:

- Frühe Kindheit und Medien
- Medien und die Entwicklung des Kindes
- Lesen
- Kinder und Fernsehen
- Gewalt und Fernsehen
- Medien und Wirklichkeit
- Kulturtechniken und Medien
- Radio & Co.
- Computer & Computerspiele
- Internet
- Online-Kommunikation
- Handys, Smartphones, Apps
- Werbung

Herausgeber

Medienpädagogischer Forschungsverbund Südwest (mpfs)

c/o Landesanstalt für Kommunikation (LFK)
Reinsburgstr. 27 | 70178 Stuttgart
Telefon: 0711-66 99 131 | Telefax: 0711-66 99 111
info@mpfs.de | www.mpfs.de

Leitung:

Thomas Rathgeb (LFK)
Peter Behrens (LMK)

4. Auflage (2016)

Studien des Medienpädagogischen Forschungsverbundes Südwest

Die Studienreihe JIM (Jugend, Information, (Multi-) Media) zeigt den Medienumgang der 12- bis 19-Jährigen in Deutschland.

Die Studienreihe KIM (Kinder + Medien, Computer + Internet) bildet seit 1999 das Mediennutzungsverhalten der 6- bis 13-Jährigen ab.

Die Familienstudie FIM (Familie, Interaktion & Medien) liefert neue Erkenntnisse zur Kommunikation und Interaktion in deutschen Familien sowie repräsentative Ergebnisse über die Mediennutzung im Familienkontext.

